

**TRABAJO DE FINAL DE GRADO EN TRADUCCIÓN E
INTERPRETACIÓN**

TREBALL DE FI DE GRAU EN TRADUCCIÓ I INTERPRETACIÓ

Departament de Traducció i Comunicació

TÍTULO / TÍTOL

**La subtitulación comunitaria en YouTube: el caso de
*Geography Now! Denmark***

Autor/a: CARLOS GONZÁLEZ BLÁZQUEZ

Tutor/a: MARÍA CALZADA PÉREZ

Fecha de lectura/ Data de lectura: septiembre 2017



Resumen/ Resum:

En este Trabajo de Fin de Grado, se analiza una subtitulación comunitaria de YouTube, un campo que pasa prácticamente desapercibido ante el mundo académico de la Traducción Audiovisual pero que cada vez está más a la orden del día. Y es que con la llegada del *crowdsourcing* y de la traducción comunitaria a las redes sociales y a otras plataformas de Internet, la responsabilidad de traducir, muy a menudo, recae sobre los propios usuarios de las redes. La pasión de estos por el producto y su facilidad para manejarse en el entorno 2.0 se convierten en su mayor punto a favor. En el caso de YouTube, donde una gran cantidad de contenidos tienen seguidores en todo el mundo, el *crowdsourcing* permite que se supere la barrera lingüística y que estos contenidos lleguen a un mayor número de personas.

A través del análisis descriptivo de los subtítulos comunitarios en español del vídeo *Geography Now! Denmark* del canal de vídeos *Geography Now*, se examinan algunas de las características técnicas y lingüísticas más destacables de dicho subtitulado desde el punto de vista de la subtitulación profesional y desde el punto de vista de los *fansubs*. Asimismo, se pone atención en la herramienta de traducción de la plataforma. Tras el análisis, se exponen una serie de conclusiones que dan cierre al cuerpo del trabajo.

Palabras clave/ Paraules clau: (5)

Traducción comunitaria; subtitulación en la nube; *crowdsourcing*; traducción audiovisual; *fansubs*

1.	Introducción.....	5
1.1.	<i>Justificación</i>	5
2.	Contextualización	7
2.1.	<i>Objeto de estudio: YouTube y Geography Now</i>	7
2.2.	<i>La traducción comunitaria o crowdsourcing</i>	7
2.3.	<i>La subtitulación profesional</i>	8
2.3.1.	Dimensión espacial.....	9
2.3.2.	Dimensión temporal	9
2.3.3.	Ortotipografía	9
2.3.4.	Omissiones y reducciones de texto	10
2.4.	<i>La subtitulación amateur, fansubs</i>	10
2.5.	<i>Los Estudios Descriptivos de Traducción</i>	11
3.	Metodología.....	13
4.	Análisis	15
4.1.	<i>La herramienta de traducción</i>	15
4.2.	<i>Dimensión espacial</i>	16
4.3.	<i>Dimensión temporal</i>	16
4.4.	<i>Ortotipografía</i>	17
4.5.	<i>Omissiones y reducciones de texto</i>	18
4.6.	<i>Contenido: calcos y errores de sentido</i>	18
5.	Conclusiones.....	21
5.1.	<i>Reflexiones sobre los resultados</i>	21
5.2.	<i>Relación del trabajo con los conocimientos adquiridos en la carrera</i>	21
5.3.	<i>Intereses futuros</i>	22
6.	Bibliografía.....	23
7.	Filmografía	24
8.	Anexo	25

1. Introducción

El objetivo principal del presente trabajo es analizar una traducción comunitaria del sitio web YouTube y determinar si sigue los estándares de calidad y las convenciones de la subtitulación profesional, además de identificar tendencias traductoras a partir de la teoría de la Escuela Descriptiva de Traducción. Para ello se ha escogido una traducción comunitaria del canal de vídeos *Geography Now*, el vídeo *Geography Now! Denmark*. Además analizaremos el programa de subtitulación en la nube de YouTube que se utiliza para llevar a cabo este tipo de traducciones.

La idea inicial es que, a pesar de que estas traducciones comunitarias no son para nada perfectas, tienen un control de calidad muy idiosincrásico, destinado a salvaguardar las convenciones del género que, por lo demás, se aleja a primera vista tanto de la subtitulación profesional como de los conocidos *fansubs*.

Por tanto, a partir de los parámetros que se explicarán debajo, comprobaremos si esta idea inicial se corresponde con la realidad. Después de la presente introducción, y tras la contextualización del tema examinado y la presentación de la metodología empleada en el trabajo, acometeremos el análisis del objeto de estudio escogido, con el fin de mostrar las características y particularidades e incluso acercarnos, de forma provisional, a las posibles tendencias traductoras que se adivinan en el mismo. El trabajo se cierra con un apartado de conclusiones al que sigue el anexo del trabajo para facilitar la consulta de ejemplos.

1.1. Justificación

La motivación principal que me ha llevado a realizar este Trabajo de Fin de Grado (TFG) sobre la traducción audiovisual colaborativa de vídeos de la plataforma YouTube reside en mi interés por dicha plataforma y por la traducción audiovisual. Otro motivo para escoger este tema ha sido la escasa investigación que existe sobre la traducción comunitaria y colaborativa, la cual es una rama de la Traducción que está ganando cada vez más presencia en el panorama traductor actual.

En el mundo de la Web 2.0, cada vez más popular, sobre todo, entre los jóvenes, están apareciendo nuevos nichos y nuevas formas de traducir. Entre ellos destaca el *crowdsourcing*:

A new business model which has recently come to be known as crowdsourcing takes a step further the trend of leveraging free labour of love. Howe (2008, p.6) explains his choice of this naming in 2006, sensing the unprecedented impact of combined dynamics arising from UGC [User-generated content] as something which is rapidly shaping our culture and economy. (O'Hagan, 2009: 111-112)

Algunos ejemplos conocidos de plataformas y páginas web que hacen uso de la traducción colaborativa o *crowdsourcing* son Wikipedia, Amazon, Coursera, Twitter o YouTube. También conviene mencionar aquí el exitoso caso de Facebook cuyos usuarios tardaron tan solo 24 horas en traducir esta red social al francés y una semana en hacerlo al español y al alemán. Por medio de una herramienta de traducción fácil de usar con un sistema de evaluación integrado y la participación de miles de usuarios conocedores de la interfaz de Facebook se consiguió un resultado de gran calidad (O'Hagan, 2009).

2. Contextualización

2.1. Objeto de estudio: YouTube y Geography Now

YouTube es una de las páginas web más frecuentadas en Internet. Desde su creación en 2005, el objetivo de esta plataforma es servir como herramienta para compartir vídeos (Burgess y Green, 2013). Los usuarios de YouTube pueden publicar sus propios contenidos y ver aquellos producidos por otros usuarios de manera gratuita. Por esto, se relaciona YouTube con el término de la cultura participativa, es decir, una cultura en la que «se invita a aficionados y otros consumidores a participar activamente en la creación y circulación de nuevo contenido» (Jenkins, 2006: 290).

El canal de vídeos *Geography Now* fue creado por el estadounidense Paul Barbato en 2014 y en la actualidad cuenta con más de medio millón de suscriptores. En total, sus vídeos cuentan con más de 60 millones de visualizaciones en el momento de este TFG. Cada uno de los vídeos está dedicado a un país del mundo y en una media de diez minutos Barbato habla sobre la geografía política y física del país, de su demografía, así como de sus relaciones internacionales, además de curiosidades y particularidades vinculadas con ese espacio geográfico. Todo esto de forma rigurosa y educativa, pero también en muchas ocasiones en clave de humor. La gran cantidad de información que se transmite en tan poco tiempo, junto con el humor utilizado y los insertos a los que se recurren, hace que la tarea de subtítular este tipo de vídeos no sea nada fácil.

2.2. La traducción comunitaria o crowdsourcing

Dada la naturaleza participativa y social de YouTube, la traducción comunitaria parece la herramienta perfecta para superar las barreras lingüísticas y así llevar los contenidos a más personas.

Crowdsourcing, o traducción comunitaria o colaborativa, también conocida por las siglas CT3, consiste en generar una traducción por medio de un gran grupo de voluntarios o profesionales de forma remunerada o no (Balcells Antón, 2010). Las traducciones colaborativas se llevan a cabo cuando se busca rapidez y calidad al mismo tiempo; la rapidez se obtiene gracias al gran número de personas que participan en el proceso y la calidad gracias al conocimiento de los usuarios sobre la materia o la interfaz que están traduciendo. Este tipo de traducción ha sido y sigue siendo un tema de debate entre los traductores profesionales, sobre todo cuando se trata de trabajo no remunerado proporcionado por clientes comerciales. Sin embargo, lo que puede percibirse como una pérdida de trabajo para los traductores autónomos, ofrece en realidad oportunidades para emplearse en tareas de corrección y posesición (Kelly, 2009).

Actualmente, la plataforma YouTube permite a los creadores de contenido subtítular sus creaciones de tres formas diferentes. Además de ser ellos los propios subtituladores de sus vídeos o de contratar los servicios de traductores profesionales, existe la posibilidad de poner a disposición de los usuarios la llamada *herramienta de traducción de contenido* del sitio web. Esta herramienta es uno de los programas de subtitulado en la nube gratuitos más conocidos y fáciles de utilizar. De esta forma, cualquier creador de contenido puede dar

inicio a una traducción comunitaria a disposición de sus suscriptores en la que puede colaborar cualquiera, tanto profesionales como *amateurs*. Esta idea nace no solo con el fin de llegar a espectadores de otros países sino también al público sordo o con problemas de audición, a través de la traducción intralingüística y el SPS.

Si bien es cierto que la comunidad de YouTube revisa los subtítulos que resultan de estas traducciones colaborativas antes de que se publiquen, puede ser de interés analizar una de estas traducciones colaborativas siguiendo las convenciones de la subtitulación profesional y de los *fansubs* para comprobar su calidad y determinar sus características. Y es que ya se han alzado algunas voces desde dentro de la propia comunidad en contra de algunas subtitulaciones, criticadas, por ejemplo, por el uso de notas en los subtítulos con información adicional e irrelevante al contenido original.

2.3. La subtitulación profesional

La traducción audiovisual (TAV) es una de las ramas de la traducción más estudiadas durante los últimos años. Según Frederic Chaume (2004: 15), la traducción audiovisual se encarga de textos que se transmiten «a través de dos canales de comunicación, el canal visual y el canal acústico». Dentro de la traducción audiovisual existe una gran variedad de modalidades, desde el doblaje hasta la sobretitulación, pasando por la localización de videojuegos o incluso la interpretación.

La subtitulación es una de las tres principales modalidades de la traducción audiovisual, siendo las otras dos el doblaje y el *voice-over* o voces superpuestas (Díaz Cintas y Remael, 2007). El proceso de la subtitulación es bastante más sencillo y barato que otras modalidades de traducción; esto hace que se convierta en la modalidad perfecta para los contenidos audiovisuales de la Web 2.0 de hoy en día. Jorge Díaz Cintas (2003: 32) define la subtitulación como «la práctica lingüística que consiste en ofrecer, generalmente en la parte inferior de la pantalla, un texto escrito que pretende dar cuenta de los diálogos de los actores así como de aquellos elementos discursivos». En subtitulación se destaca la existencia de una doble sincronización: entre subtítulos y sonido y entre subtítulos e imagen (Ivarsson, 1992), lo cual la convierte en una traducción vulnerable. Lingüísticamente, se clasifican tres tipos de subtítulos: los bilingües, aquellos que traducen una LO a dos LM diferentes, presentes en festivales de cine o en países como Bélgica; los intralingüísticos, que son aquellos en los que no se produce un cambio de lengua, es el caso de los SPS; y los interlingüísticos, donde se traduce una LO a una LM y que serán los que analizaremos en el presente trabajo.

La subtitulación profesional es un procedimiento «traductor, técnico y comercial a la vez» (Díaz Cintas, 2003: 75) por todas las fases que conforman el proceso desde que se produce el encargo hasta que este llega a las manos del consumidor. De forma general y resumida, este proceso consta de diversas etapas. Primero, el cliente, que puede ser una productora, una cadena de televisión, una distribuidora..., encarga el subtitulado a una empresa de traducción que selecciona a un traductor para el encargo. Este recibe una copia del vídeo original y una lista de diálogos que pueden estar a pautados o no, si no lo están, la tarea de pautado puede ser realizada por el traductor o por otro trabajador de la empresa. También puede darse el caso de que el cliente no proporcione el vídeo o el guion. Después de la traducción, el propio traductor o en ocasiones un ajustador se encarga de adaptar los

subtítulos para adecuarlos al tiempo pautado. Finalmente, tras la revisión pertinente, un técnico los incrusta en la imagen del producto audiovisual.

Las convenciones profesionales más extendidas de la subtitulación pueden consultarse en el libro de Jorge Díaz Cintas y Aline Remael *Audiovisual Translation: Subtitling* (2007), uno de los manuales más completos sobre la teoría y la práctica de la subtitulación de los últimos años en el ámbito global. A lo largo de diferentes capítulos, se tratan la dimensión espacial, la dimensión temporal, la ortotipografía y otros aspectos más lingüísticos (como las omisiones y las reducciones de texto) que nos servirán para realizar el análisis de este trabajo.

2.3.1. Dimensión espacial

Se habla de dimensión espacial para referirnos a consideraciones más técnicas, de estilo, como, por ejemplo, el número de líneas por subtítulo, cuyo máximo es de dos en la subtitulación interlingüística y de tres o cuatro en la SPS y en los subtítulos bilingües; la posición de estas líneas en pantalla, casi siempre en la parte inferior de la pantalla aunque esto puede variar si aparece información importante en esa parte de la pantalla; además de su alineación, predominantemente centrados aunque también existe una tendencia menos común de alinearlos a la izquierda. También se incluye aquí la fuente de la letra que suele ser una fuente fácilmente legible como Arial, Helvetica o Times New Roman, sin un tamaño determinado. Por último, también ubicamos bajo este paraguas conceptual el número máximo de caracteres por línea que puede variar entre los 33 y los 43 caracteres, aunque 40 caracteres suelen ser la cifra más común (Díaz Cintas y Remael, 2007).

2.3.2. Dimensión temporal

En la dimensión temporal se enmarcan la velocidad de lectura, la duración de los subtítulos y las pausas entre ellos. En cuanto a la velocidad de lectura, se debe mencionar la norma conocida como “regla de los seis segundos” de D’Ydewalle *et al.* en 1987 que demuestra que una persona necesita seis segundos para leer correctamente un subtítulo de dos líneas de unos 35 o 37 caracteres cada una, es decir, un total de 70 o 74 (Martí Ferriol, 2012: 48), lo que se transforma en 16 o 17 CPS (caracteres por segundo) máximos según las empresas. Para las pausas entre subtítulos se exige alrededor de 200 milisegundos para que el espectador sea consciente del cambio de subtítulo (Díaz Cintas y Remael, 2007). La duración de los subtítulos puede ir desde un segundo hasta seis segundos. Al igual que existe un valor de CPS máximo, también tenemos un valor de velocidad mínima para permitir que la lectura de los subtítulos sea fluida (González-Iglesias González, 2012), que podemos establecer en 8 CPS.

2.3.3. Ortotipografía

Las convenciones ortotipográficas incluyen las tendencias en puntuación (comas, puntos, paréntesis, signos de interrogación y de exclamación, barras, guiones, puntos suspensivos, comillas, mayúsculas...), que se corresponden con su uso habitual en la lengua correspondiente. Lo mismo ocurre con el uso de símbolos y abreviaturas, aunque estos suelen evitarse ya que dificultan la lectura de los subtítulos (Díaz Cintas y Remael, 2007). Otras convenciones que se enmarcan aquí son aquellas sobre colores o tipografías como la cursiva; esta última se utiliza para subtitular canciones, voces en *off* o procedentes de

aparatos electrónicos, préstamos lingüísticos, textos escritos si no son demasiado largos ni están en mayúsculas y títulos de obras o nombres de tiendas o restaurantes. Estos últimos, obras y nombres, también se pueden marcar con comillas.

2.3.4. Omisiones y reducciones de texto

En subtitulación es necesario realizar omisiones y reducciones de texto por varias razones. Los receptores no pueden captar información leyendo a la misma velocidad de lo que lo hacen escuchando, tienen que combinar la lectura de los subtítulos con el visionado de las imágenes y la escucha de la banda sonora y además el espacio para los subtítulos es limitado. Por lo tanto, las omisiones y las reducciones de texto son inevitables (Díaz Cintas y Remael, 2007) y son, de hecho, las técnicas de traducción más comunes en subtitulación.

2.4. La subtitulación amateur, fansubs

Los *fansubs* son subtítulos creados por aficionados y distribuidos en Internet. A pesar de su a menudo dudosa calidad, hoy en día gozan de gran fama entre los consumidores. No existen, sin embargo, muchos estudios sobre este fenómeno avalados por los especialistas en TAV. Díaz Cintas y Remael (2007: 26) explican el origen de este tipo de subtitulación:

The origins of fansubbing go back to the 1980s, when it emerged as an attempt to popularize the Japanese cartoons known as manga and anime. American and European fans wanted to watch their favourite programmes but were faced with two main problems: on the one hand, the linguistic barriers and on the other, the scant distribution of these series in their respective countries.

Durante los últimos años, este tipo de subtitulación se ha extendido a todo tipo de programas, películas y, sobre todo, series estadounidenses que son traducidas por fans y para fans (Díaz Cintas y Muñoz Sánchez, 2006) gracias a los desarrollos tecnológicos de nuestra época. En cuanto a su presentación y contenido, los *fansubs* muestran sus propias características que difieren en muchos aspectos de la subtitulación profesional. Ferrer Simó (2005), centrándose en los *fansubs* de animes japoneses, las resume en la siguiente tabla:

Fansub	
Formato	divx, avi, mpg, ogg
Presentación	<ul style="list-style-type: none">-tipografía variable según grupo fansubtitulador-uso de colores para distinguir personajes-alternancia de número de caracteres estándar / no estándar-número de líneas de subtítulo variable-notas «al pie» en la parte superior de la pantalla con subs-la posición del subtítulo varía-sincronía correcta-adicción de subtítulo estilo karaoke para <i>opening</i> y <i>ending</i> (Canción de apertura cierre de capítulo. En este caso no hay texto en el original, pero sí en el fansub.)-omisión (títulos de crédito)-adicción (títulos de crédito de fansubtituladores)
Contenido	<ul style="list-style-type: none">-errores de traducción (sentido)-errores de transcripción de textos en original-calcos sintácticos del japonés y estructuras confusas-calcos léxicos del inglés

Ilustración 1. Resumen de rasgos generales de los *fansubs*.

Como podemos observar en la tabla de Ferrer Simó (2005), que nos servirá más adelante en el análisis que realizaremos en este trabajo, no existe una homogeneización en cuanto a las características de este tipo de subtítulo; no hay normas establecidas. Destacan el uso de notas y adiciones cuya intencionalidad es instruir al consumidor de *fansubs* que se caracteriza por su interés por la cultura origen. Esto también provoca que el *fansubber* traduzca más pegado a la cultura origen que a la cultura meta lo que, unido a su falta de formación en muchas ocasiones, origina calcos y otros errores.

2.5. Los Estudios Descriptivos de Traducción

Los Estudios Descriptivos de Traducción (DTS, en sus siglas en inglés) tratan de determinar tendencias, normas y leyes de la traducción. En el marco de estos Estudios podemos ubicar a Gideon Toury (1995) que indaga en el comportamiento traductor a partir de una metodología ya bien asentada en los DTS, que implica, entre otras cosas: situar el texto dentro del sistema de la cultura de llegada, comparar el TM y el TO para deducir generalizaciones y extraer implicaciones que ayuden a tomar decisiones traductorales en el futuro.

El objetivo de Toury es identificar los procesos de la toma de decisiones en la traducción. Para eso, el estudioso articula el concepto de norma que define como la traducción de valores o ideas generales compartidas por una comunidad en instrucciones aplicables a situaciones concretas. Estas normas son: norma inicial, normas preliminares y normas operacionales, divididas estas últimas en normas matriciales y normas lingüístico-textuales.

La norma inicial se refiere a si el traductor utiliza las convenciones de la cultura de partida o las de la cultura de llegada. En el primer caso estamos ante una traducción adecuada, en el segundo ante una traducción aceptable. Las normas preliminares corresponden a la selección de textos originales y a las lenguas intermediarias y meta. Las normas operacionales se encargan de la presentación y los aspectos lingüísticos del TM. Dentro de estas normas encontramos las normas matriciales que hablan de omisiones, adiciones, relocalaciones... y las normas lingüístico-textuales que se centran en el léxico y el estilo (Munday, 2001).

La identificación de estas normas también puede llevar a la formulación de leyes probabilísticas. Toury propone las siguientes leyes: ley de la estandarización creciente, que significa la pérdida de variedad estilística en el TM; y ley de interferencia, que supone la transferencia de aspectos lingüísticos del TO al TM, sean estos correctos o no en la LM (Munday, 2001).

3. Metodología

En este apartado se explican los pasos que se han seguido para realizar el presente trabajo siguiendo un enfoque descriptivista, que, basándose en unos parámetros determinados, aspira a presentar de manera objetiva elecciones traductoras que pueden apuntar a posibles particularidades o regularidades que habrán de ser refrendadas o refutadas en investigaciones futuras.

Antes que nada, se necesitaba un objeto de estudio y después un corpus adecuado para el análisis. Nos decantamos por el canal de vídeos *Geography Now* por sus características ya especificadas anteriormente en este trabajo y, concretamente, por el vídeo *Geography Now! Denmark*, publicado el 15 de junio de 2016, por ser uno de los vídeos más populares al contar con más de un millón y medio de visualizaciones. Una vez hecha esta selección, procedimos a redactar los apartados teóricos, para lo cual necesitamos documentarnos en la bibliografía pertinente disponible en las bibliotecas cercanas y en Internet, y estudiar así el estado actual de la cuestión.

A continuación, descargamos los subtítulos deseados en formato .srt gracias a la página web *DownSub.com* y, después de convertirlos en .txt y corregir los posibles cambios respecto al original ocasionados por la descarga o por el cambio a formato .txt, los analizamos con la ayuda de la herramienta de análisis de subtítulos *BlackBox* seleccionando con anterioridad algunos parámetros técnicos de la subtitulación profesional que extraemos en su mayoría del libro de Jorge Díaz Cintas y Aline Remael, *Audiovisual Translation: Subtitling*, y que ya hemos expuesto en el apartado de contextualización. Se resumen en la siguiente tabla:

Parámetros	Valores
Duración máxima del subtítulo	6 segundos
Duración mínima del subtítulo	1 segundo
Longitud de línea máxima del subtítulo	40 caracteres
CPS máximos para un subtítulo	17 CPS
CPS mínimos para un subtítulo	8 CPS
Pausa mínima entre dos subtítulos	0,2 segundos

Ilustración 2: Parámetros profesionales.

La herramienta *BlackBox* nos permite de forma muy rápida conocer de manera cuantitativa el número de líneas de cada subtítulo, el número de caracteres, la velocidad de lectura, la duración del subtítulo y de las pausas...

Con esta ayuda de *BlackBox* y con un análisis manual cualitativo, procedimos a examinar los parámetros de estudios planteados por Díaz Cintas y Remael (2007) así como por Ferrer Simó (2005) y que hemos repasado en el apartado de contextualización. También aquí analizamos el programa de subtitulación de YouTube que hizo posible la traducción. Esta parte analítica es la más importante del trabajo y la que nos ayudará a extraer las conclusiones.

Para finalizar, a partir de los resultados obtenidos en el análisis del corpus, formularemos las diferentes conclusiones y comprobaremos si se cumplen las ideas iniciales apoyándonos también en el marco teórico del trabajo.

4. Análisis

En este apartado se examina la herramienta de traducción de YouTube y también el texto audiovisual seleccionado. Se analizan los aspectos destacados por Díaz Cintas y Remael (2007): la dimensión espacial y la dimensión temporal de la traducción así como la ortotipografía y las omisiones y reducciones de texto; también nos fijamos en errores de sentido y en calcos de la lengua origen como propone Ferrer Simó (2005).

4.1. La herramienta de traducción

Desde hace unos años, los programas y herramientas de subtitulado en la nube son cada vez más comunes. En el caso de la herramienta de traducción de Youtube la encontramos activa desde 2013. Para acceder a ella, debemos seleccionar la opción *Añadir subtítulos* en el menú de configuración de un vídeo cuyo creador haya autorizado su traducción. Esto nos llevará directamente a la pantalla de la herramienta donde primero deberemos seleccionar la lengua a la que queramos traducir. Una vez hecho esto, se nos mostrara el vídeo original en la parte derecha de la pantalla con la transcripción en el idioma de partida en el lado izquierdo, en el caso de que esté disponible.

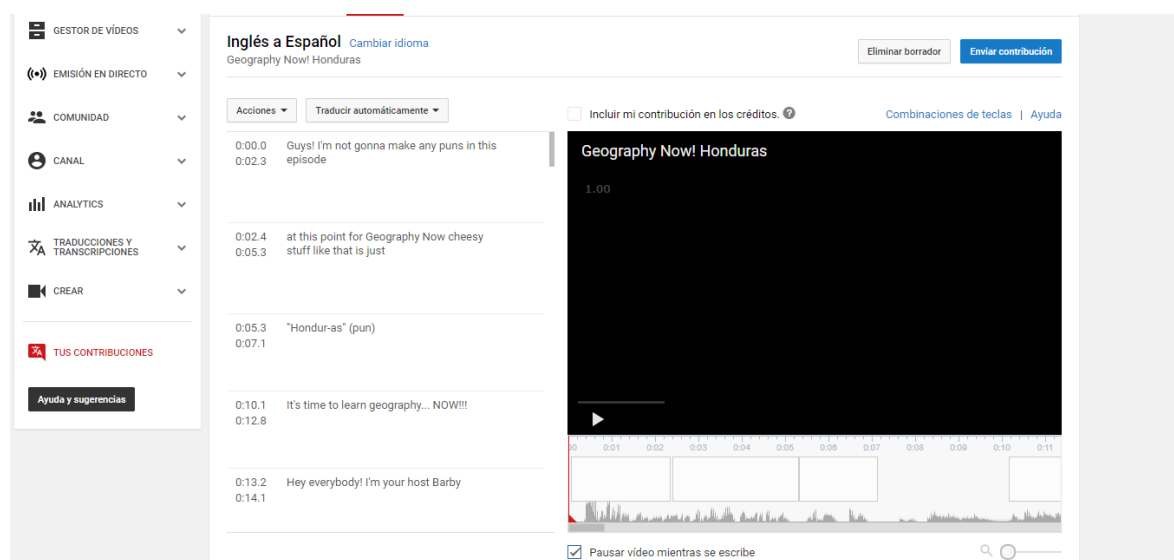


Ilustración 3: Interfaz de la herramienta de traducción de YouTube.

Si lo está, como resulta en la mayoría de los casos de vídeos que ya llevan un tiempo publicados, significa que el pautado ya se ha realizado por lo que simplemente tendremos que ir introduciendo nuestra traducción debajo de cada subtítulo pautado. Una vez finalizada nuestra traducción, sea completa o no, hacemos clic en la opción de la parte superior derecha *Enviar aportación* para que esta sea revisada por la comunidad de la plataforma y más tarde aprobada para su publicación por el dueño del canal. Como se puede observar en la imagen, es muy similar a otras herramientas de subtitulado aunque mucho más simple y limitada. No obstante, incluye opciones avanzadas como la traducción automática, los atajos de teclado o la banda de sonido. Podríamos decir que lo más destacable es que hace gala de un diseño sencillo que permite que cualquiera sea capaz de navegar por esta interfaz sin problemas.

4.2. Dimensión espacial

Por defecto, los subtítulos que se muestran tienen un tipo de letra de palo seco, con un tamaño de letra medio y letras blancas con fondo negro pero translúcido que facilita su legibilidad. Es un tipo de fuente *sans serif* fácilmente legible. Todo esto hace que no llamen demasiado la atención en la pantalla y que la experiencia visual del espectador se vea alterada lo mínimo posible. Sin embargo, cada usuario puede cambiar esta configuración en el menú *Opciones*, donde se puede elegir entre diferentes fuentes tipográficas, colores y tamaños. La posición es la habitual, la llamada posición 2 (subtítulos centrados en la parte inferior de la imagen). Sin embargo, el usuario puede cambiar esta posición simplemente arrastrando el texto a cualquier parte de la pantalla en cualquier momento del vídeo sin necesidad de pausarlo. Esto permite que si en el vídeo hubiese texto en la posición 2 de la pantalla, el espectador podría cambiar los subtítulos a otra parte de la pantalla donde no oculten cualquier tipo de información. Eso sí, no es posible alinearlos a la izquierda.

En cuanto al número de caracteres, se exceden los 40 caracteres por línea recomendados por Díaz Cintas y Remael (2007) en el 88% de los subtítulos (148 de los 169) e incluso se llega o se sobrepasan los 80 caracteres en más de una treintena de ellos. La mayoría de subtítulos son de una línea, tan solo el 28% (48) son de dos líneas y solo hay uno de más de dos líneas: el subtítulo número 44 con tres líneas. Uno de los subtítulos, el subtítulo número 136, está duplicado; aunque al no haber pausa entre ellos no se llega a apreciar a simple vista.

4.3. Dimensión temporal

Respecto al tiempo en pantalla, encontramos tres subtítulos que sobrepasan los seis segundos recomendables (Díaz Cintas y Remael, 2007) (el 40, el 44 y el 122). Además, un 6% (10) de los subtítulos tienen una duración inferior a un segundo que es la duración mínima recomendada. La pausa entre subtítulos, con una media de 0,045 segundos, es inferior a 200 milisegundos en el 83% (140) de los subtítulos.

Si hablamos de la velocidad de lectura, el análisis muestra que la media de CPS es de 25, un número mucho mayor que los 17 CPS recomendados en el mundo profesional como se ha visto en el apartado de contextualización. Esta cifra se supera en el 84% (142) de los subtítulos. En cambio, ninguno de los subtítulos es considerado lento, es decir, todos están por encima de los 8 CPS.

Nº del subtítulo	Subtítulo	Formato del subtítulo
105	Yo descubrí un pequeño truco cuando fui a Dinamarca. Cuando se habla danés,	Nº de caracteres: 75 (una línea)
		CPS: 35,047

Ilustración 4: Ejemplo de uno de los subtítulos y su formato.

4.4. Ortotipografía

Si hablamos de la ortotipografía, llaman la atención faltas de ortografía como la de los primeros dos subtítulos (*sándwich*, sin acento), pero sobre todo la que se produce con el nombre de la ciudad de Copenhague en casi todos los subtítulos en los que aparece, escrito sin la hache. En el subtítulo 36 falta una tilde (*está*, sin la tilde diacrítica que le corresponde) y además se comete el error de no adaptar correctamente el nombre de la monarca danesa (aparece Margethe II cuando el nombre estándar en español es Margarita II). También faltan tildes en los subtítulos 14, 18, 46, 48, 73, 74. En el número 110 encontramos una errata (*tendróa*) y en los subtítulos 113, 116 y en el 167 faltas de ortografía muy graves (*lenguage*, *intelligible*, *conclución*). En el subtítulo 120 y también en el 138 encontramos palabras en inglés que no han sido traducidas a sus equivalentes en español (*Wow* y *Okay*). Además, tanto en el 126 como en el 128 el término danés *Janteloven* se escribe de forma incorrecta (aparece como *Jantoven* y *Jantaloven* respectivamente).

Los subtítulos de insertos en pantalla (5, 11, 49, 82 y 145) aparecen en minúscula como cualquier otro subtítulo y sin puntuación (Geografía Política). Si fueran profesionales, deberían estar escritos en mayúsculas y con punto al final del subtítulo. La puntuación de los subtítulos llama especialmente la atención ya que esta debería ser como la de cualquier texto corrido y aquí parece casi aleatoria. Encontramos mayúsculas después de coma (ver subtítulo número 10), espacios antes de punto o antes de coma (ver subtítulo número 148), comas innecesarias (ver subtítulo número 20), entre otros.

El uso de mayúsculas destaca en los subtítulos número 3, 7, 25, 32, 90 y 121 puesto que actualmente ya no suele ser habitual para indicar “gritos” o para marcar una pronunciación. En el subtítulo número 110 y en el 112, se hace un uso ortográficamente incorrecto de la mayúscula inicial (*Inglés*), ya que en español los idiomas no se escriben con mayúscula inicial. Además, en el subtítulo número 3 se utilizan tanto signos de exclamación como signos de interrogación (*¿21 DÓLARES?!*), algo que no se recomienda según Díaz Cintas y Remael (2007: 110). El uso de las comillas también es incorrecto en el subtítulo número 132 ya que se cierran unas comillas que no se habían abierto antes (*algo así como pasar buenos momentos con amigos y familiares*). Al mismo tiempo, no se marcan las palabras danesas entre comillas ni de ninguna otra forma.

El uso del guion es bastante confuso como se puede observar en los subtítulos 97, 119, 120 o 121. En el primer caso porque solo habla una única persona en el subtítulo y en los siguientes porque se utiliza la misma línea para la intervención de dos personas distintas, aunque esto último es también una tendencia de los últimos años que todavía no se ha asentado (Díaz Cintas y Remael, 2007: 139-140). También se hace uso de paréntesis, algo que no es común en la práctica profesional (Díaz Cintas y Remael, 2007: 108), en los subtítulos número 22, 97, 102 y 158. Lo mismo ocurre con el signo de la barra ascendente (/) en los subtítulos número 22, 97, 145 y 169.

La normas de Toury se ven aquí reflejadas bajo la estela de la norma inicial en su variante adecuada. Y es que se ven casos de llamativos que refrendan esta norma. Estos son la mayúscula inicial en los idiomas y la confluencia de los signos de exclamación y los de

interrogación. Ambos ejemplos indican un apego a la cultura origen y por lo tanto muestran una traducción adecuada y no aceptable.

4.5. Omisiones y reducciones de texto

En lo que concierne a omisiones y reducciones de texto, vemos que se producen de manera muy leve. En cambio identificamos el efecto contrario: adiciones. Destacan, por ejemplo, las realizadas en los subtítulos 22, 102, 145, 158 y 169. Debemos comentar que, en algunos de estos casos, lo que ocurre es que se dejan los términos en inglés cuando ya se han traducido, algo que no es de extrañar en el mundo de los *fansubs*. A modo de ejemplo, la siguiente ilustración:

Nº del subtítulo	Subtítulo	Original
169	¡Estén al corriente! ¡Djibouti/Yibuti es el siguiente!	Stay tuned; Djibouti is coming up next.

Ilustración 5: Ejemplo de subtítulo con adición y uso de barra ascendente.

En esta misma línea, podemos comentar que se podrían omitir expresiones como *Oh* en el subtítulo número 4 (que se repite en los subtítulos número 136 y 137), o *Ah* en el subtítulo número 12 o *agh* en el 64. Son el tipo de expresiones que recomiendan omitir los profesionales (Díaz Cintas y Remael, 2007: 164-166) ya que no aportan nada de contenido lingüístico.

Podemos hablar aquí de las normas de Toury, en concreto de las normas operacionales. Dentro de estas vemos que operan las normas matriciales. Como hemos explicado en el apartado de contextualización, las adiciones entran dentro de estas normas y aquí comprobamos que este tipo de adiciones forman parte de la estructura de algunos subtítulos. Estas muestras reafirman la adecuación del texto si hablamos de la norma inicial.

4.6. Contenido: calcos y errores de sentido

En cuanto al contenido, como advierte Ferrer Simó (2005) en los *fansubs* de animes japoneses, nos encontramos con calcos y errores de sentido. Destacan los calcos léxicos y, sobre todo, sintácticos, que son constantes, 38 en total. También son frecuentes los falsos sentidos o no mismos sentidos con un total de 18 errores. Estos casos se pueden consultar en el apéndice del trabajo.

Calcos	38
Falsos sentidos o no mismos sentidos	18
Total	56

Ilustración 6: Cantidad total de calcos y falsos o no mismos sentidos.

Podemos relacionar esto con las normas de Toury, la abundancia de estos falsos sentidos y, sobre todo, de estos calcos nos lleva a pensar en la norma inicial, ya que estas

tendencias operacionales constatan un apego a la lengua y cultura de origen, o sea que como hemos visto en el apartado de contextualización, nos encontramos ante una traducción adecuada. Esto nos lleva a pensar también en la ley de interferencia, vemos patrones léxicos y sintácticos que pasan del TO al TM. Dos ejemplos claros de esto serían los siguientes:

Nº del subtítulo	Subtítulo	Original	Error
25	¡NO PUEDO RECORDARLO, ES <u>MUCHA</u> INFORMACIÓN! [demasiada]	I CAN'T TAKE IT, THAT'S TOO MUCH INFORMATION.	No mismo sentido
153	En primer lugar, Dinamarca se lleva bien con Alemania. <u>El negocio</u> con Alemania es una gran parte de su economía. [El comercio]	First off, Denmark generally gets along with Germany. Business between the Germans is a hugely integral part of their economy	Calco

Ilustración 7: Ejemplos de NMS y de calco.

Los calcos, en algunos casos, llevan también a estructuras confusas y a errores gramaticales. Un ejemplo de ello es el subtítulo número 141:

Nº del subtítulo	Subtítulo	Original
141	Tengo miedo, estoy realmente mucho miedo en este momento.	I'm scared, I'm really, really scared right now.

Ilustración 8: Ejemplo de calco y error.

Por último, algo que no habíamos previsto, es que encontramos marcas de SPS en el subtítulo número 7, en el número 97 y en el subtítulo número 142. Estas marcas son las notas musicales para el subtítulo de la cabecera, el número 7, e información paralingüística en los otros dos subtítulos. Esto se debe a que la traducción, o al menos parte de ella, se ha hecho a partir de los subtítulos intralingüísticos en inglés del vídeo.

Nº del subtítulo	Subtítulo
7	♪ Es hora de aprender Geografía, ¡AHORA! ♪
97	- Lo que sea. Si me necesitas estaré en la sauna... (en finés/finlandés)
142	Corramos al sótano de emergencia. * ríe *

Ilustración 9: Subtítulos con particulares marcas de SPS.

5. Conclusiones

Empezamos este trabajo con una introducción en la que justificamos el trabajo, continuamos con un apartado de contextualización en el que tratamos todos los temas relevantes para la realización del trabajo, después desarrollamos la metodología empleada y a continuación procedimos con el análisis y, para finalizar, exponemos aquí las conclusiones que obtenemos tras el análisis de la herramienta y del corpus en diferentes apartados, en los que, además, relacionamos el trabajo con el grado y mencionamos intereses futuros.

5.1. Reflexiones sobre los resultados

En cuanto a la herramienta de traducción, se puede decir que es una herramienta de fácil uso para cualquier persona que se maneje en un entorno digital, bastante más sencilla y simple que cualquier otro programa de subtitulación que se utilice en el mundo académico o profesional. Por otra parte, es cierto que carece de muchas opciones de gran utilidad que otros programas de subtitulación gratuitos sí tienen como la cursiva, correctores (tanto técnicos como lingüísticos) o indicadores de tiempo más específicos.

Si hablamos de la traducción comunitaria, debemos destacar que no resultaría descabellado pensar que al menos algunos de los aficionados que colaboraron con la traducción son personas pertenecientes a la cultura de origen o quizá cercanos a ella, ya que como hemos visto en el análisis existen muestras, voluntaria o no, de apego a la lengua origen, puesta en evidencia por los errores de contenido. Se puede ver reflejada aquí la ley de interferencia de Toury, parece que en este tipo de subtítulos la cultura meta no ocupa una posición central por lo que se imponen las convenciones del TO. Esto también nos hace pensar que la revisión de la comunidad tal vez no es suficiente para evitar este tipo de problemas, al menos en este caso.

En resumen, hemos constatado nuestra idea inicial. Desde el punto de vista más técnico, estos subtítulos se alejan de las convenciones profesionales presentadas en la parte teórica del trabajo, tanto en el nivel temporal como en el nivel espacial. Además, hemos visto que existen diversos casos de calcos, de estructuras confusas y de errores de sentido. Todo esto coincide con lo expuesto por Ferrer Simó (2005) sobre los *fansubs*. Pero estos subtítulos tienen, también, características propias, una de las cosas que más llama la atención, a primera vista, es la gran variedad de colores, fuentes, fondos y posiciones a elección total del consumidor, otra sería que su caótico estilo puede deberse a que es un fenómeno prácticamente acabado de nacer y todavía no se le da la seriedad e importancia que ya tienen consolidada la mayoría de grupos *fansubbers* de animes japoneses o series estadounidenses.

5.2. Relación del trabajo con los conocimientos adquiridos en la carrera

A través de los cuatro años del grado en Traducción e Interpretación de la UJI, hemos aprendido mucho acerca de la traducción de textos, de las estrategias que podemos seguir para traducir y de los recursos de los que podemos hacer uso en cada ocasión. Y en especial, en el itinerario de TAV, hemos aprendido a aplicar unas convenciones específicas.

Sin embargo, los estudios de traducción no pueden estar al corriente de todos los nuevos formatos que surgen en la Web 2.0 del presente y que suponen un auténtico reto para el mundo profesional y también para el mundo académico, por lo que enfocar el TFG en esa dirección parece una buena forma de completar los estudios.

5.3. Intereses futuros

Las limitaciones que pueden hallarse en este TFG se deben, en su mayoría, al corpus seleccionado que representa una muestra demasiado reducida como para poder establecer tendencias generales en el ámbito estudiado. De todas formas, este trabajo sirve para constatar que como afirma O'Hagan (2009) el *crowdsourcing* y la traducción generada por el usuario están a la orden del día y aporta unas ideas que pueden refrendarse en futuras investigaciones. En la era de la Web 2.0, el espectador manda. Pasamos de un formato fijado por las empresas de traducción más o menos homogéneo en la subtitulación profesional y uno dictado de manera totalmente diferente según el *fansubber*, a uno que se presenta a total elección del consumidor en el caso de YouTube. No solo es aquí el espectador capaz de seleccionar su formato preferido sino también su posición en cualquier momento y segundo. Esto supone una total revolución en el mundo de la subtitulación que está todavía por explorar y que podemos dar por sentado que acabará afectando al trabajo de los traductores profesionales como ha sucedido con determinadas prácticas de los *fansubs*. Por todo esto, sería interesante proyectar un mayor foco en el mundo académico y en el de la investigación a estas nuevas formas de traducción.

6. Bibliografía

- BALCELLS ANTÓN, Jordi (2010). *CT3: Traducción comunitaria, colaborativa y crowdsourcing (I)*. En línea: <http://www.jordibal.com/2010/12/ct3-traduccion-comunitaria-colaborativa.html>
- CHAUME, Frederic (2004). *Cine y traducción*. Madrid, Ediciones Cátedra.
- BURGESS, Jean y GREEN, Joshua (2013). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge y Malden, John Wiley & Sons.
- DÍAZ CINTAS, Jorge (2003). *Teoría y práctica de la subtitulación inglés/español*. Barcelona, Ariel.
- DÍAZ CINTAS, Jorge y MUÑOZ SÁNCHEZ, Pablo (2006). «Fansubs: Audiovisual Translation in an amateur environment». *The Journal of Specialised Translation*, 6, pp. 37-52. Londres y Granada. En línea: http://www.jostrans.org/issue06/art_diaz_munoz.pdf
- DÍAZ CINTAS, Jorge y REMAEL, Aline (2007). *Audiovisual Translation, Subtitling*. Nueva York, Routledge.
- FERRER SIMÓ, María Rosario (2005). «Fansubs y scanlations: la influencia del aficionado en los criterios profesionales». *Puentes*. 6, pp. 27-44. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I. En línea: <http://wdb.ugr.es/~greti/revista-puentes/pub6/04-Maria-Rosario-Ferrer.pdf>
- GÓNZALEZ-IGLESIAS GÓNZALEZ, J. David (2012). *Desarrollo de una herramienta de análisis de los parámetros técnicos de los subtítulos y estudio diacrónico de series estadounidenses de televisión en DVD* (Tesis doctoral). Universidad de Salamanca. En línea: https://aulavirtual.uji.es/pluginfile.php/3462644/mod_resource/content/6/J.%20David%20Gonz%C3%A1lez-Iglesias%20-%20Tesis%20Doctoral.pdf

El subtitulado comunitario en YouTube: el caso de *Geography Now! Denmark*

IVARSSON, Jan (1992). *Subtitling for the media: A handbook of an art*. Estocolmo, Transedit.

JENKINS, Henry (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York, NYU Press.

KELLY, Nataly (2009). *Freelance Translators Clash with LinkedIn over Crowdsourced Translation*. En línea:

<http://www.common senseadvisory.com/Default.aspx?Contenttype=ArticleDetAD&tabID=63&Aid=591&moduleId=391>

MARTÍ FERRIOL, José Luis. (2012). «Velocidades de lectura de subtítulos en alemán y español de películas norteamericanas: estudio de caso». *Estudios de Traducción*, 2, pp. 47-60. Universidad Complutense de Madrid. En línea: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESTR/article/viewFile/38977/37609>

MUNDAY, Jeremy (2001). *Introducing Translation Studies: Theories and Applications*. Nueva York, Routledge.

O'HAGAN, Minako (2009). «Evolution of User-generated Translation: Fansubs, Translation Hacking and Crowdsourcing». *The Journal of Internationalization and Localization*, 1, pp. 94-121. En línea: <https://doi.org/10.1075/jial.1.04hag>

TOURY, Gideon (1995). *Descriptive Translation Studies and Beyond*. Ámsterdam y Filadelfia, John Benjamins Publishing.

7. Filmografía

BARBATO, Paul (2016). «Geography Now! Denmark». *Geography Now*. En línea: <https://www.youtube.com/watch?v=Hp0-YP3lADk>

8. Anexo

Leyenda:		
Calcos		
Errores de sentido		
<u>Ortotipografía</u>		
Nº	Original	Subtítulo
1	Remember in the Angola episode I mentioned how I went to Denmark one time and bought a sandwich that was twenty-one dollars?	¿Recuerdan que en el vídeo de Angola mencioné que fui a Dinamarca y compré un <u>sandwich</u> que costaba 21 dólares?
2	Well, this was that sandwich and my reaction was like,	Pues este era ese <u>sandwich</u> , y mi reacción fue <u>como</u> :
3	"TWENTY ONE DOLLARS?!"	<u>¿21 DÓLARES?!</u>
4	Well, this better be the best sandwich I've ever had in my life.	Oh, más vale que este sea el mejor <u>sandwich</u> que haya comido en mi vida...
5	13 seconds later	13 segundos después
6	...you got lucky.	Tuviste suerte...
7	It's time to learn Geography, NOW!	♪ Es hora de aprender Geografía, ¡AHORA! ♪
8	Hey everybody I'm your host Barby.	Hola a todos, soy su anfitrión, Barby.
9	Legos, vikings and Rødgrød Med Fløde.	Legos, vikingos y Rødgrød Med Fløde.
10	We have a lot to cover, so let's jump in!	Hay mucho que cubrir, <u>¡Así</u> que, comencemos!
11	POLITICAL GEOGRAPHY	Geografía Política
12	Ahh, Denmark. The link between the rest of Europe and Scandinavia	Ah, Dinamarca, el puente entre el resto de Europa y Escandinavia...
13	so much to discuss.	Hay tanto que <u>discutir</u> .
14	Denmark is classified as a Nordic country,	Dinamarca <u>esta clasificada</u> como un país nórdico,
15	hence located in the northern european region, even though it's kind of like the southernmost state in the Nordics.	Por ende está situado en el "Área Nórdica", aunque sea el país más <u>sur</u> del área nórdica.
16	Full disclaimer: Ignore Wikipedia, I'm going to pronounce the location names in their proper Danish context,	Antes que nada, ignoren a Wikipedia, los lugares los voy a pronunciar en danés.
17	so here we go.	Así que, <u>aquí vamos</u> .
18	Denmark is made of the Jylland, not 'jut-land' peninsula	Dinamarca <u>esta</u> compuesta por la península de Jylland, no Jutland.

19	that connects to Germany in the south,	Que se conecta con Alemania en el <u>sur</u>
20	as well as 1419 islands of those only 443 are named, and 74 are inhabited.	junto con 1419 islas, de las cuales solo 443 tienen nombre, y 74 están habitadas.
21	With the largest island being Sjælland,	Con la más grande de ellas siendo Sjælland,
22	not 'Zea-land', which is not to be confused with Dutch Zeeland,	no Zealand/Selandia, la cual no debe confundirse con la provincia neerlandesa Zeeland (Zelanda)
23	which is not to be confused with New Zealand,	La cual también no debe confundirse con Nueva Zelanda,
24	although they did get their name-	aunque también ellos obtuvieron su nombre....
25	"I CAN'T TAKE IT, THAT'S TOO MUCH INFORMATION"	¡NO PUEDO RECORDARLO, ES MUCHA INFORMACIÓN!
26	It is connected to Fyn island, not 'Fin' Island	Se conecta con la isla Fyn, no isla Finn.
27	by the Great Belt Bridge, completed in 1998.	Por medio del puente Gran Belt, completado en 1998.
28	The country is divided into five regions, the capital being Copenhagen, located on Sjælland.	El país se divide en 5 regiones, con la capital <u>siendo Copenague</u> , localizada en la isla Sjælland.
29	Copenhagen is home to a myriad of historical sites,	<u>Copenague</u> es el hogar de una multitud de sitios históricos,
30	palaces, statues, residential units; that are all the same height and style,	palacios, estatuas, unidades residenciales que comparten todas la misma altura y estilo...
31	with pockets of colorful quaint cozy shops and cafes and dangerous bicycle lanes	con cantidades de tiendas y cafés pintorescos y acogedores, y peligrosas vías para bicicletas,
32	that you are not supposed to walk on.	Donde se supone que ¡NO DEBES CAMINAR!
33	Now, this is where things are gonna' get a little spiced up,	Ahora, aquí es cuando las cosas se vuelven más <u>frías</u> .
34	and by spiced up I mean freezing cold and covered in whale blubber.	Y por <u>frías</u> , me refiero a temperaturas gélidas y cubierto en grasa de ballena...
35	Denmark, for those of you who didn't know, is a kingdom,	Dinamarca, para aquellos que no lo saben, es un reino,
36	one of the last surviving ones in Europe, and is currently under the headship of chain-smoking Queen Margrethe II.	uno de los que aún persisten en Europa, y <u>esta</u> bajo el mandato de la Reina <u>Margethe II</u> .
37	They still fall under danish sovereignty and make up the massive Greenland island	Los siguientes aún están bajo soberanía danesa, y las conforman la masiva isla de Groenlandia,
38	and the little Faroe islands.	y las pequeñas Islas Feroe.

39	Both of these places are radically different from mainland Denmark.	Estos lugares son drásticamente distintos de la Dinamarca continental,
40	For one, Greenland is primarily inhabited by Native Inuit tribal peoples that live on the island, and is eighty percent covered in ice year-round.	por un lado, Groenlandia está mayormente habitado por tribus Inuit nativas de la zona y está 80% cubierta en hielo todo el año
41	The Faroe islands are conglomeration of twenty-ish mystical, cloudy, windy islands	Las Islas Feroe son un conglomerado de más o menos 20 islas, de aspecto místico y clima ventoso y nublado,
42	that have this crazy looking like that looks like it's about to spill over the cliffs into the ocean.	que contienen este lago asombroso, que parece que se va derramar al mar desde los acantilados.
43	These two areas have their own self-governing 'home rule', otherwise only depending on Denmark for military, justice, currency and foreign affairs.	Ambas áreas tienen sus propios gobiernos, solo dependiendo de Dinamarca para su protección, justicia, moneda y asuntos exteriores.
44	Otherwise, I mean that's pretty much it, I mean historically they did 'try' to kind of create an empire by colonizing parts of the Caribbean, Ghana, India and then in the Nicobar Islands in the Indian ocean,	Y... eso es todo básicamente, o sea, en el ámbito histórico , ellos intentaron crear un Imperio, colonizando lugares en el Caribe, Ghana, India y en las islas Nicobar en el océano Indico
45	but they kinda' ran out of money and ended up selling everything to other countries.	pero se quedaron sin dinero y tuvieron que vender sus colonias a otros países...
46	Too bad, it would be awesome to see people in the Indian Ocean speaking Danish.	<u>Que</u> pena, hubiera sido genial ver gente en el océano Índico hablando danés...
47	Nonetheless, mainland Denmark is kinda' like a fast-moving economic machine.	De todas maneras, la Dinamarca continental es como una máquina económica que va a alta velocidad.
48	Let's talk about how.	Hablemos sobre <u>como</u> lo hace.
49	PHYSICAL GEOGRAPHY	Geografía Física
50	Now, when it comes to land make-up, Denmark is pretty flat.	Ahora, respecto al terreno, Dinamarca es bastante plana.
51	I mean the highest point, Møllehøj, is only about a hundred and seventy meters tall, and it looks like this.	O sea, el punto más alto, Møllenhøj, tiene 170 metros de altura y se ve así .
52	Otherwise, only about 13% in the country is forested, including the tree plantations,	De todas formas, solo el 13% de la tierra es bosque, incluyendo las plantaciones de árboles

53	and the rest is pretty much used for agriculture that can produce enough food to feed about 15 million people.	y el resto se usa para la agricultura, la cual puede producir suficiente alimento como para alimentar a 15 millones de personas.
54	That's about three times the size of their entire population.	Eso es 3 veces la población de su país entero.
55	Good for you, Denmark!	Bien por ti, Dinamarca.
56	But one thing Denmark is actually famous for growing	Pero una cosa por la cual Dinamarca es famosa
57	is non-produce plants	es la producción de plantas que no son de consumo
58	like grass, fodder and Christmas trees.	como pasto, forraje, y árboles de navidad.
59	The highly sought-after danish Nordmann Fir	El altamente buscado abeto de Nordmann danés
60	has been classified as the 'rolls-royce of Christmas trees',	ha sido clasificado como el "Rolls-Royce de los árboles de Navidad"
61	and every year investors from Germany, the Netherlands and even the UK	y cada año inversores de Alemania, los Países Bajos y el Reino Unido
62	jump in at the end of November and grab whatever they can before it's gone.	se abalanzan a finales de noviembre y toman lo que puedan antes de que se acabe.
63	Now, one thing you need to know is that, like many other areas in the Nordic region,	Ahora, algo que deben saber es que como muchas otras áreas en la región nórdica
64	Denmark's weather can be quite... dreary.	el clima de Dinamarca puede ser algo...agh... deprimente.
65	First of all, Denmark is the only Nordic country that doesn't really get a lot of snow.	Primero, Dinamarca es el único país nórdico que no recibe mucha nieve.
66	Denmark is kinda' like the mud pit located below the jet stream blocked by Norway and the UK.	es como el pozo de lodo ubicado debajo de las corrientes bloqueadas por Noruega y el Reino Unido.
67	This means that even though it gets really cold, pressure systems rarely cause snow.	Esto significa que, aunque se pone muy frío , los sistemas de presión no provocan nieve.
68	That's also pretty much why everybody dresses like a J. Crew fall-fashion line model on the streets.	Esta es la razón por la que casi todo mundo se viste como modelo de J. Crew, modelando por las calles
69	If you're gonna' get wet and freezing, you may as well look good while doing it.	Si te vas a mojar y congelar, al menos debes verte bien mientras lo haces.
70	Otherwise, yeah. I mean pretty much the rest of Denmark	Aparte de eso, o sea, básicamente el resto de Dinamarca

71	is just rolling-green plains with sandy beaches	son llanuras verdes con playas de arena
72	and quirky little islands that people like to hop over for camping trips in the summer.	y pequeñas islas a las que a la gente le gusta ir de campamento en el verano.
73	If we were going to talk about Greenland and the Faroe Islands,	Si <u>fuesemos</u> a hablar de Groenlandia y las Islas Feroe.
74	we would get a radically different story	<u>seria</u> una historia radicalmente diferente
75	Of mind-boggling captivating cliffs,	de alucinantes y cautivantes acantilados
76	blocks, sea stacks, glaciers, fishers, icebergs and mountains.	stacks , glaciares, pescadores , icebergs y montañas.
77	If you don't know what a Moulin is,	Si no sabes lo <u>qué</u> es moulin .
78	it's not this, but this.	No es esto, pero esto.
79	"This Moulin is large enough to swallow a school bus."	"Este Moulin , es lo suficientemente grande como para tragarse un autobús escolar".
80	But we'll have to save that for another video, that'll come out in 9374 years.	Pero vamos a tener que guardar eso para otro vídeo que verá la luz en 9374 años.
81	In the meantime, let's talk about the people.	Mientras tanto, vamos a hablar de las personas.
82	DEMOGRAPHICS	Demografía
83	Now, this is gonna' get really fun.	Ahora bien, esto se va a poner muy divertido.
84	Denmark's people are really unique in their cultural, historical and postmodern upbringing.	Los daneses son realmente únicos en su formación cultural, histórica y su crianza posmoderna.
85	First of all, the country has	En primer lugar, el país tiene
86	about 5.7 million people and is one of the highest taxed countries in the world.	alrededor de 5,7 millones personas y es uno de los países con los impuestos más altos del mundo.
87	About 89% of the country identifies as ethnically Danish,	Alrededor del 89% del país se identifica étnicamente como daneses.
88	about 11% are others.	Alrededor del 11% son otros.
89	Some of the largest groups in the 'Other' category being the Polish, Germans, Turkish, Romanians, Iraqis and Afghans.	Algunos de los grupos más grandes de la otra categoría son los polacos, alemanes, turcos, rumanos, iraquíes y afganos.
90	Now, when it comes to Danish culture there's a lot behind it, but in a nutshell, Vikings.	Ahora bien, cuando se trata de la cultura danesa hay mucho atrás, pero en pocas palabras, VIKINGOS.
91	Vikings pretty much had their start in what is now present-day Denmark	Los vikingos tuvieron sus comienzos en lo que hoy día es Dinamarca.

92	and, pretty much, dominated all of the Nordic regions as far as New Finland in Canada to Estonia,	Y, más o menos, dominaron todas las regiones nórdicas desde Nueva Finlandia en Canadá hasta Estonia.
93	which is why most of the Nordic states and regions can pretty much understand each other when they talk.	Es por eso que la mayoría de los países nórdicos más o menos pueden entenderse entre sí cuando hablan.
94	Danes, Swedes, Norwegians and Icelanders can	Daneses, suecos, noruegos e islandeses pueden
95	generally understand each other as they have the same basic linguistic structure.	generalmente entenderse entre sí porque tienen la misma estructura lingüística básica.
96	Sure, there are several discrepancies, but overall, they can kind of get by conversationally.	Seguro que hay varias discrepancias , pero en general, pueden recurrir a la conversación .
97	Whatever, if you need me I'll be in the sauna...	- Lo que sea. Si me necesitas estaré en la sauna... (en finés/finlandés)
98	Granted, there's a saying : The Norwegian and Swedish languages sound like dancing fairies	Concedido , hay un dicho: los idiomas noruego y sueco suenan como hadas bailando.
99	whereas the Danish language sounds like a dude with a potato in his mouth.	mientras el danés suena como un tipo con una patata en la boca.
100	By the way, anybody who wants to learn Danish, full disclosure:	Por cierto, cualquier persona que quiera aprender danés, la revelación completa :
101	it's gonna suck. The J makes the Y sound, the Y makes the "oo" sound,	esto va a apestar... la "j" se pronuncia como la "y" al sonar la "y" hace el sonido "u".
102	the V makes the W sound, the R makes the /r/ sound,	La "v" hace el sonido del "w", la "r" ("rr") hace el sonido "r" (gutural).
103	the H is silent half the time.	La "h" está la mitad del tiempo en silencio.
104	A ton of the letters are never even used and don't even get started on Æ, Ø and Å.	Una tonelada de las letras nunca se utilizan. Y no empezamos con la Æ, Ø y Å.
105	I kind of discover a little trick that when i went to Denmark. When speaking Danish,	Yo descubrí un pequeño truco cuando fui a Dinamarca. Cuando se habla danés,
106	all you really have to do is kind of like pronounce the first part of the	todo lo que tiene que hacer es algo así como pronunciar la primera parte de la
107	word that you think makes a sound, and then just kind of like give up on the rest of the word.	palabra crees que hace que el sonido y luego se dan por vencidos en el resto de la misma_

108	For example, Kopenhagen, Nørrebrogade, Lovestraede.	Por ejemplo, Kopenhagen, Nørrebrogade, Lovestraede.
109	I'm literally just listing names of places in Copenhagen that I've been to.	Solamente estoy nombrando lugares en <u>Copenague</u> a los que he ido.
110	Honestly though, you really won't have much of a problem getting around if you speak English.	<u>Honestamente</u> no <u>tendrá</u> problemas para sobrevivir si habla <u>Inglés</u> .
111	Over 80% of the entire country, mostly the younger generation,	Más del 80% de la población, sobre todo la generación más joven
112	speaks proficient English to the point where they don't even need subtitles when watching American TV shows and movies.	Habla un <u>Inglés</u> profesional hasta el punto en que ni siquiera necesitan subtítulos al ver programas de televisión y películas americanas.
113	Also, keep in mind Greenland has its own language that is completely unintelligible as it's an Inuit language	Además, tenga en cuenta que Groenlandia tiene su propio lenguaje que es completamente ininteligible al ser un <u>language</u> inuit
114	closer to the indigenous languages Inuktitut and Inupiaq found in Canada and Alaska,	más cerca de los <u>lenguajes</u> indígenas que se encuentran en Canadá y Alaska.
115	and Faroese is pretty hard for most Danish people to grasp as it actually has more words rooted in the ancient Norse language	<u>Y el feroés es bastante difícil para la mayoría de gente danesa de captar</u> , ya que en realidad tiene más palabras arraigadas en la antigua lengua nórdica.
116	and it's actually more intelligible to Icelandic.	y es en realidad más <u>intelligible</u> al islandés
117	Back to culture though, Denmark has definitely left its mark whether it's notable	<u>De regreso a la cultura</u> , Dinamarca ha dejado huella, sean personajes
118	figures like author Hans Christian Andersen, philosopher Søren Kierkegaard	como el autor Hans Christian Andersen, filósofo Søren Kierkegaard
119	whether... "That's how you pronounce his name?"	o se trate- "¿Así <u>de</u> pronuncia su nombre?"
120	"That's actually how you pronounce his name." "Wow."	Así es como realmente se pronuncia su nombre - " <u>Wow</u> "
121	"It's not Søren Kirkegaard, it's...", "I've always said 'Kierkegaard.'"	No es 'Søren KierkeGAARD' - "Yo siempre he dicho 'KierkeGAARD'"
122	Or whether it be the invention of the loudspeaker, or Legos, or their love of handball, their impeccable architecture, love of cuisine...	o ya se trate de la invención del altavoz, o legos, o su amor al <u>handball</u> , su impecable arquitectura, amor por la cocina

123	Noma, in Copenhagen by the way, being voted the best restaurant in the world	Noma, en Copenhague, por cierto, ha sido elegido como el mejor restaurante del mundo.
124	with plates that feature live ants and moss,	con platos provistos de hormigas vivas y musgo.
125	if you're really going to get a 'feel' for Danish culture though, you kind of have to know	Si realmente va a hacerse una idea de la cultura danesa , sin embargo, tiene que saber
126	about Janteloven and Hygge. The funny thing is, Danes are kind of brought up in	sobre Jantoven y Hygge. Lo curioso es que los daneses son criados en
127	a social mindset that is kind of integrated into their subconscious known	una mentalidad social que está integrado en su subconsciente conocido como
128	as Janteloven which kind of translates to something like "You are not better	Jantaloven que se traduce en algo así como "tú no eres mejor que
129	than the crowd" which, I know, sounds kind of depressing, but it's really trying to	la multitud", que , lo sé, suena un poco deprimente, pero realmente está tratando de
130	instill a sense of equality and communal cooperation.	inculcar un sentido de igualdad y la cooperación comunitaria.
131	Hygge translates to	Hygge se traduce
132	something like "Spend good times with friends and family and it's like a cozy thing."	algo así como pasar buenos momentos con amigos y familiares" y es como una cosa agradable _
133	Of course, Denmark is known for being ranked one of the happiest overall countries,	por supuesto, Dinamarca es conocido por haber sido clasificado como uno de los países más felices
134	even though they are also kind of one of the highest ranked consumers of	a pesar de que son también los consumidores de más alto rango de
135	antidepressants as well, but hey. They still pull off everyday life looking	antidepresivos, pero bueno. Por lo menos intentan que la vida cotidiana parezca todo
136	"Oh-so-good." Even if it's during one of those really loud annual emergency drills.	Oh muy bueno. Incluso si es durante uno de esos simulacros de emergencia anuales muy ruidosos
137	-	Oh muy bueno. Incluso si es durante uno de esos simulacros de emergencia anuales muy ruidosos

138	"Ok, Christina explain what's happening right now. "	<u>Okay</u> , Cristina, explica qué está pasando.
139	"Denmark is testing the sirens, or... warfare	Dinamarca está poniendo a prueba las sirenas de alerta de guerra.
140	and we're being attacked by the Germans again."	y estamos siendo atacados por los alemanes de nuevo
141	"I'm scared, I'm really, really scared right now."	Tengo miedo, estoy realmente mucho miedo en este momento.
142	"Let's run to the security basement!"	Corramos al sótano de emergencia. * ríe *
143	"THE GERMANS ARE COMING !"	¡Los alemanes están llegando!
144	Speaking of Germans...	Hablando de alemanes...
145	FRIENDZONE	Friendzone/Zona de Amigos
146	Now, we all know that one person we're all kind of jealous of because they're	Ahora, todos sabemos de una persona que estamos todo tipo de celos porque son
147	kind of rich well-adjusted and have a ton of friends and they're like kind of good-looking,	ricos, bien ajustados y tienen un montón de amigos y una buena apariencia
148	well that's Norway. Denmark is a little bit rockier. No, but seriously. For such a	así eso es Noruega. Dinamarca es un poco más rocoso. No, pero en serio, para tal
149	small nation, Denmark has a huge entourage of friends and it's almost	nación pequeña, Dinamarca tiene una enorme séquito de amigos y su casi
150	kind of hard for anyone in the world to dismiss them at a party. As a founding	un poco difícil para cualquier persona en el mundo para descartarlos en una fiesta. Como fundación
151	member of the EU and NATO, Denmark has had roots planted in diplomacy for	miembro de la UE y la OTAN, Dinamarca ha tenido raíces plantadas en la diplomacia de
152	decades.	décadas.
153	First off, Denmark generally gets along with Germany. Business between the Germans is a hugely integral part of their economy	En primer lugar, Dinamarca se lleva bien con Alemania. El negocio con Alemania es una gran parte de su economía.
154	and Denmark acts like the gateway to Scandinavia for them and the rest of Europe.	Y Dinamarca actúa como la puerta de entrada a Escandinavia para ellos y el resto de Europa.
155	The US and the UK are incredibly close as both tangible and cultural imports have been established	Los Estados Unidos y el Reino Unido están increíblemente cerca debido a las importaciones materiales y culturales fueron establecidas

156	for centuries. For a while, the Danes even took over parts of the UK, which is why	durante siglos. Por un tiempo, los daneses incluso se hicieron cargo de partes del Reino Unido. Razón por la cual
157	to this day the English language still retains hundreds of Old Norse derived	hoy en día el inglés conserva <u>cientas</u> de palabras derivadas del <u>Nórdico</u> antiguo
158	words like leg, dog, and window.	Como "'leg'"(pierna), "dog"(perro) y "window"(ventana).
159	The closest friends though would have to be the Nordic countries. Finland, Sweden	Los amigos más cercanos, sin embargo, tendrían que ser los países nórdicos. Finlandia, Suecia
160	Norway, and Iceland. These four are, without a doubt, Denmark's closest friends,	Noruega e Islandia. estos cuatro son, sin lugar a dudas, lo más cercanos a Dinamarca
161	even though	a pesar de que
162	Sweden and them have kind of had more wars and battles historically than any	Suecia y ellos de alguna manera han tenido más guerras y batallas históricamente que cualquiera
163	other two states in the world,	de dos estados en el mundo
164	they've moved on and grown up. Out of the Nordic countries though, Norway would	Han cambiado y madurado. Fuera de los países nórdicos, aunque, Noruega
165	probably be considered their 'best friends'.	probablemente deban ser consideradas sus mejores amigos.
166	Danes are obsessed with Norwegians and often considered Norway 'the girlfriend they took away from Sweden'.	Los daneses están obsesionados con los noruegos y a menudo los consideran la novia noruega que le han robado a Suecia.
167	In conclusion, Denmark is the rich, rainy rascal that always seems to show up on time for	En <u>conclusión</u> , Dinamarca es el rico y travieso que parece llegar a tiempo para
168	every party, but somehow gets all his work done in an organized efficient manner.	todas las fiestas, pero de alguna manera realiza todo su trabajo en una forma organizada y eficiente.
169	Stay tuned; Djibouti, is coming up next.	¡Estén al corriente! ¡Djibouti/Yibuti es el siguiente!